

Kleuren en weefselstructuren

- Kleurharmonie van motieven op grond in interieurstoffen en vloerbedekking

Ontwerpen met kleur

- Kleurencompositie
- Basis van een compositie
- Componeren met kleur
- Differentiëring van grootte en kleur
- Het gulden getal bij vlakverdeling en inkleuren

Module 4: De taal en de kracht van kleur in de economie **– 27 november 2007 (09u00-16u00)**

Psychologische overtuigingskracht

- Merkerkenning
- Merkonderscheiding
- Het inspelen van kleur op onbewuste verlangens van de consument
- Kleurassociatie niet enkel commercieel maar ook in het dagelijks leven.
- Versturen van een vergelijkbare boodschap of onszelf of ons interieur versieren met kleur. “ ik ben cool” “ ik ben sexy “ “ik heb smaak”.
- Mentaal de kleurentaal verwerken.
- Intrinsieke en universele betekenis van kleuren “ingeburgerd is algemeen geaccepteerd”.
- Kiezen van kleuren op basis van persoonlijke associaties. Kleuren beïnvloeden onze emoties
- Kleur wordt individueel op een eigen subjectieve manier ervaren.

Iets verkopen of opvallend kleurgebruik

- Reclamewereld of emotionele reacties opwekken of versterken.
- Het benoemen van kleuren of een manier om de psychologische impact te manipuleren.
- Kleurnaam evenveel invloed als de kleur zelf.
- Suggestieve namen voor de verschillende kleuren.
- Creëren van voorspelbare waarnemingen.
- Kleur in logo's

Kleurenvisie en kleurensensatie

- Beurzen – Standen – Showrooms - Winkel .
- Visuele omgeving creatie.
- Productdisplay – Aanbiedingen.

Kleuren in de reclame

- Kleur in publicaties.
 - ◆ Functioneel element van pagina ontwerp
 - ◆ Kleur op de cover
- Kleur op het web.

Productverpakkingen

- Verpakken en etaleren.
- Sfeer rond een product.
- Specifieke doelgroep.

- Combineren van elementen – presentatie klant.
- Opvallende productplaatsing.

DOELGROEP:

Ontwerpers, coloristen en medewerkers die verantwoordelijk zijn voor het samenstellen van een collectie.

Ook personen die verantwoordelijk zijn of advies geven over winkelinrichting, showrooms of beursstanden kunnen een voordeel halen uit het volgen van deze opleiding.

PRAKTISCH:

Data en uurregeling: zie programma

Plaats: Cobot vzw • Poortakkerstraat 92 •
9051 Sint-Denijs-Westrem

Begeleiding: Luc Van Renterghem
(Elveer – centrum voor kleuradvies)

Inlichtingen: Cobot-Bedienden vzw • Jan De Schepper
Poortakkerstraat 92 •
9051 Sint-Denijs-Westrem
Tel. 09 222 26 14 • Fax 09 222 02 58
E-mail: jan.deschepper@cobot.be

Inschrijvingen:

Module 1 is de basismodule en verplicht te volgen. Uit de verdere modules kan u vrij kiezen. Wij ontvangen graag uw inschrijvingen uiterlijk 2 weken voor aanvang van de module.

Na inschrijving ontvangt u een bevestiging en een situeringsplan van de cursuslocatie.

Nuttig om weten:

Meerdere van onze open cursussen kunnen ook plaatsvinden in uw bedrijf.

Alle opleidingen van Cobot-Bedienden vzw zijn volledig gratis voor textielbedrijven.

‘KLEURPSYCHOLOGISCH DENKEN’

Modulair vormingsprogramma

Periode: 2 oktober – 27 november 2007

Plaats: Sint-Denijs-Westrem

'OVER SMAKEN EN KLEUREN...'

...discuteert men niet, zegt het spreekwoord. Maar als je een collectie in de markt wilt zetten moet je toch stilstaan bij de kleuren die je gaat gebruiken. Kleuren roepen gevoelens op en deze verschillen van cultuur tot cultuur. Sommige kleuren doen het goed op een bepaalde markt, maar slaan op een andere helemaal niet aan. In deze opleiding wordt ingegaan op de manier waarop wij kleuren zien en interpreteren, hoe wij kleuren kunnen catalogeren en welke kleurcombinaties bij elkaar passen.

Door het grote succes van de opleiding "kleurpsychologisch denken bij het opbouwen van een collectie" van het voorbije voorjaar wordt deze opleiding in het najaar hernomen en op vraag van de deelnemers uitgebreid met enkele praktijksessies. De vernieuwde opleiding bestaat uit een theoretische module die door alle deelnemers moet gevolgd worden. De daaropvolgende praktijksessies zijn facultatief. Er zijn afzonderlijke sessies voor kledingtextiel en interieurtextiel.

Deelnemers die al de cursus "kleurpsychologisch denken bij het opbouwen van een collectie" hebben gevolgd hoeven de eerste module niet te volgen en kunnen meteen inschrijven voor de praktijkmodules (modules 2, 3 en 4).

Uw voordelen?

- U krijgt inzicht in kleurkenmerken en kleurpsychologie.
- U kan kleuren catalogeren.
- U leert kleuren combineren.
- U krijgt talloze tips om een kleurcollectie samen te stellen en bestaande collecties beter te beoordelen.

Sterke punten

- Praktijkgericht met gebruik van kleurenfiches en stalen.
- Elke cursist ontvangt een bundel met 48 kleurenfiches in een handig en praktisch doosje (enkel voor deelnemers aan module 1).
- Per aanwezig bedrijf bestaat de mogelijkheid om na de opleiding een kleurencollectie aan de lesgever door te geven zodat ze kan beoordeeld en eventueel bijgestuurd worden. Hierbij wordt uiteraard rekening gehouden met de vertrouwelijkheid van de informatie.

PROGRAMMA:

Module 1: Kleurspecialisatie – 2 oktober 2007 (09u00-17u00)

Kleuren zien

- Kleurtoon of kleurassociatie met golflengte
- Additief en subtractief kleuren mengen.

Kleurkenmerken om een kleurreferentie op te bouwen

- Kleurfamilies: kleurgroepen en kleurtonen.
- Kleurintensiteit: kleurzuiverheid en kleursterkte.

Kleurharmonie

- Monochroom of kleurnuanciering in zuiverheid en sterkte
- Kleuranalogie
- Kleurcomplementen
- Split complement – dubbel split complement
- Kleurdrieklanken

Perfekte en toelaatbare kleurharmonie

Simultaan contrast – belangrijk kleurprincipe

Kwaliteit- en kwantiteit kleurcontrast

Kleur en licht

Kleur associaties - verschillen van cultuur en persoon.

Kleurpsychologie

- Verband tussen kleuren en het onderbewuste.
- Kleuren kunnen stimuleren niet door associatie maar door directe werking op geest en lichaam. Kleurenhumeur en emotie.
- Kleuren, de moedertaal van het onbewuste.
- Kleur wordt niet alleen gevormd door het oog, maar ook door het "ik".
- Kleuremotie en kleurassociatie
- Kleuren aanvoelen
- Kleurbeschrijving - kleurnaam
- Kleurklassering
- Kleurconsumenten types
- Kleurtypologie – kleurfysiologie – kleurcultuur – kleuridentiteit

Module 2: Kleur in kleding en confectie – 16 oktober 2007 (09u00-16u00)

Een collectie moet de doelgroep aanspreken.

- Opbouwen van een sfeerbord of inspiratiemap.
- Stalen en stoffen – knipsels uit tijdschriften inspirerende kleuren.
- Geen archief maar een plek om te experimenteren.
- Brainstormsessie bij de voorbereiding van een collectie.

Positieve en negatieve kleuremotionaliteit

- Verkoopbaarheid van een collectie.

- Verkoopstrategie bij het uitbrengen van een nieuwe collectie of rekening houden met de wensen van de ontwerp(st)er – de verkopers en de vroegere verkoopsstatistieken.

Het samenstellen van een collectie

- Kijken naar hoe verschillende kleuren en texturen worden gecombineerd.
- Opbouwen van een collectie naar materie – naar vorm – naar kleur.
- Invloed van de grondstof en de vorm op de kleurkeuze.
- Opbouwen van een kleurassortiment.
- Kleurharmonie in kleding
- Beter inzicht – goede combineerbaarheid in de praktijk.
- Kleurclassificatie van een collectie.

Opbouwen van een imago

Kleurtrends 2008/2009

Kleuren voorspellen

Module 3: Kleur in interieurtextiel en vloerbekleding - 6 november 2007 (09u00-16u00)

Kleur in de kunst of inspiratiebron bij de ontwikkeling van een collectie

- Impressionisme
- Modernisme
- Amerikaans realisme
- Expressionisme
- Pop –art
- Geometrische kunst.

Kleurpaletten: geen exacte kleuren

- Complex
- Emotioneel
- Cultureel
- Historisch

Het optisch kleur mengen of het pseudo additief proces

- Relatie binding en kleur bij het weven
- Kleurverandering al naargelang het licht op de materie valt: vb.: tweed en changeant.
- Variaties in kleurwaarde creëren licht, schaduw en diepte in afbeeldingen.
- Donkere en lichtere kleurwaarden gebruiken om schaduwen en hooglichten toe te voegen.
- Illusie of een drie dimensioneel object op een twee dimensioneel vlak.